

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ВЕНЕЦИАНСКОГО ФЕСТИВАЛЯ)

К.А. Чистяков, Ж.А. Сидорова, 2 курс

Научный руководитель – И.Э. Еленская, к.и.н., доцент

Полесский государственный университет

Европейский и мировой опыт показывают, что при профессиональной организации событийный туризм может быть коммерчески успешным. Помимо этого, событийный туризм является важным стимулом для возрождения культурно-исторического наследия и популяризации традиций: от обрядов и праздников до ремесел и национальной кухни. Специфика событийного туризма заключается в том, что туристские услуги совмещаются с атмосферой праздника и возможностью личного участия в нем. Все это значительно усиливает впечатления туристов и делает туристический продукт более привлекательным. Сегодня событийный туризм стал приоритетным направлением развития туризма во многих странах: в Германии, Италии, Венгрии, Франции, Испании и др. [2, с. 4].

Среди ярких примеров событийного туризма можно выделить карнавал в Рио-де-Жанейро, о котором знают на всех континентах. Бразильский карнавал уверенно держится в топе туризма среди самых посещаемых мировых событий. Культовым ивентом является Каннский фестиваль. Сюда съезжаются миллионы любителей кино со всех концов света. Известно, что подобные мероприятия приносят весьма значительную прибыль, активизируют деятельность всех объектов туристской индустрии, способствуют созданию новых рабочих мест и участвуют в образовании туристской дестинации. Репутацией «праздничной» страны пользуется Италия [4, с. 36–38]. Слава итальянских карнавалов давно перешагнула национальные границы. Венецианский фестиваль, вероятно, самый известный в списке европейских карнавалов, восхищает роскошью и утонченностью, пышными шествиями в фантастически красивых костюмах и таинственных масках, феерией театральных постановок и музыкой. На протяжении 10 дней в городе царит особая чарующая атмосфера прошлых эпох: кавалькады, парады, маскарады, катание на гондолах дарят каждому гостю Венеции сильные впечатления [3].

Венецианский карнавал привлекает ежегодно множество туристов высокой эстетичностью праздника и историческим «шлейфом»: первое документальное упоминание карнавала в Венеции относится к 1094 году, с 1162 года карнавал стал проводиться ежегодно, а в 1296 году был объявлен государственным праздником. В средние века популярность карнавалов объяснялась не только возможностью выйти за рамки повседневной жизни, но и желанием примерить новый образ: элемент игры позволял на время проведения праздника стереть грань между высшими и низшими сословиями, перемешать их в одной ликующей толпе. Под прикрытием масок люди могли позволить себе то, что было недопустимо в другое время, стать свободными от диктата условностей. Все это не потеряло притягательности и для современного человека [1].

Сегодня карнавал в Венеции – одно из главных событий в туристической и культурной жизни не только региона, но и всей Италии. Каждый год сюда устремляются сотни тысяч туристов, в большей части из-за рубежа.

Таблица 1 – Количество туристов на Венецианском карнавале (тыс.) [5, с. 82]

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Количество	250	500	430	500	290	310

Венеция ежегодно принимает до 4 млн. туристов, но Венецианский карнавал занимает особое место. Приезд 300–500 тыс. туристов в феврале, который сами итальянцы называют проклятым (**“maledetto”**) из-за **холодной неустойчивой погоды**, является спасением в период туристического «затишья». Ведь туристы в современном мире с каждым годом оставляют все больше и больше денежных средств в местах отдыха, что благоприятствует пополнению бюджета города. Кроме того, именно такие события становятся брэндом не только самого места проведения, но и всего региона.

Для того чтобы карнавал состоялся, местные власти готовят город для его проведения, идя на значительные прямые и косвенные затраты (табл. 2). Прямые затраты относятся к расходам муниципального совета и агентства, которым управляет совет. Они заключаются в выделении денежных средств из городского бюджета на обустройство территории, где будет проходить мероприятие, оплату труда представителям администрации и рабочего персонала, муниципальные платежи (электричество, водоснабжение и др.), разработку и изготовление рекламных средств. Косвенные затраты касаются железнодорожного и иного транспорта, уборки улиц и работы дополнительных служб безопасности [5, с. 81].

Таблица 2 – Затраты на организацию Венецианского карнавала (млн. €)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Прямые	1,35	1,856	1,389	1,137	1,291	1,259
Косвенные	0,431	0,416	0,415	0,42	0,44	0,441
Всего	1,781	2,272	1,804	1,557	1,731	1,7

Приведенные данные показывают достаточно высокий уровень затрат на подготовку и проведение карнавала: от 1,7 до 2,2 млн. евро. Однако, даже в годы мирового финансового кризиса 2008–2009 гг. местные власти не скупилась, исходя из расчета на получение колоссальной прибыли [5, с. 81].

Таблица 3 – Количество доходов от прибывших туристов и спонсоров Венецианского карнавала (млн. €)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Туристы	11,865	14,297	14,459	13,216	15,177	11,923
Спонсоры	0,328	0,128	0,392	0,278	0,367	0,367
Всего	12,193	14,425	14,851	13,494	15,544	12,29

Как видно из приведенных данных, доходы от карнавала в среднем в 7,5 раз превышают размер затраченных средств. В мировой практике существуют примеры ещё более впечатляющие: карнавал в Рио-де-Жанейро собирает 700 тыс. гостей, затраты на это мероприятие составляют 5,5 млн. долларов, а прибыль – 150 млн. долларов, что в 27 раз превышает расходы [4, с. 36–38].

Как у всякого события у Венецианского карнавала есть две стороны. С одной стороны – приток иностранной валюты, которую оставляют туристы как плату за участие в карнавале. С другой – огромный приток приезжающих туристов создает ощущение перенаселенности, что психологически некомфортно для местных жителей. Также туристы являются причиной образования проблем с окружающей средой, их присутствие приводит к загрязнению территории города.

Изучение международного опыта проведения различных мероприятий, которые относятся к событийному туризму, позволяют заимствовать определенные приемы в развитии туристских дестинаций. Как свидетельствует мировая практика, события становятся важнейшим мотивирующим фактором в туризме. Тщательно продуманный и подготовленный проект может стать решающим в создании культурного и туристического бренда города и страны.

Список использованных источников

1. Венецианский карнавал // Visit-Plus Туризм и путешествия [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.visit-plus.com/ru/node/3438> – Дата доступа: 20.03.2017.
2. Донских, С. В. Событийный туризм : учеб.-метод. пособие / С. В. Донских. – Минск : РИПО, 2014. – 112 с.
3. Карнавалы в Италии. История Венецианского Карнавала // Journeying.ru Все о туризме и путешествиях [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://journeying.ru/karnavali-v-italii-istoriya-venetsianskogo-karnavala.html> – Дата доступа: 20.03.2017.
4. Климова, Т.Б., Вишневская Е.В. Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом / Т.Б. Климова, Е.В. Вишневская // Научный результат : сетевой научно-практический журнал. – Серия «Технология бизнеса и сервиса». – Вып. № 1 (1). – 2014. – С. 35–41.
5. Santoro, G., Massiani, J., Costs and benefits of touristic events: an application to Venice Carnival / G. Santoro, J. Massiani // Alma Tourism. Journal of Tourism, Culture and Territorial Development. – N. 10. – 2014. – P. 76–87.